DEOLINDO AMORIM

TRADIÇÕES COMERCIAIS DA BAHIA

I. QUARTEL DO SÉCULO XX

SALVADOR — BAHIA — 1968

TRADIÇÕES COMERCIAIS DA BAHIA

I. QUARTEL DO SÉCULO XX

Deolindo Amorim

A tradicional projeção do comércio baiano, que tanto se fêz sentir durante o Império, como nas primeiras décadas republicanas, representa um valor bem significativo em qualquer levantamento histórico. Não se compreende o processo evolutivo de uma sociedade sem levar em consideração, entre as fôrças mais atuantes, o elemento comercial, que se ramifica de várias formas, acompanhando as transformações gerais. Geralmente quando se faz História, seja local, seja regional ou nacional, há mais preocupação em dar ênfase a outros aspectos da sociedade, notadamente o aspecto político; do mesmo modo, ressalta-se com mais interêsse a história militar, religiosa, literária etc. ao passo que pouco se diz a respeito da participação do comércio nas mudanças sociais através dos tempos. E o comércio, porventura, também não sofre os reflexos dos fenômenos políticos?

Não se pode excluir o comércio no estudo das transformações político-econômicas de qualquer povo, uma vez que as relações comerciais também são um fator de expansão geográfica e de relações políticas. Muitas vêzes, e a História que o diga, os entendimentos comerciais precedem as gestões diplomáticas. Talvez por influência de nossa formação, que nos habituou, desde cêdo a uma visão um tanto unilateral ou parcial dos fatos históricos, temos muita tendência para fixar a História, principalmente, nos acontecimentos políticos ou nos episódios guerreiros. A História re-

sumia-se, em grande parte, nas crises políticas, quedas de Governos, campanhas eleitorais, atitudes de certos estadistas, substituição de regimes ou, como era comum, a narrativa de batalhas. Era isto o que se entendia por *História* ... Tinha-se a impressão de que História, que é, hoje, um conceito complexo e progressivo, nada mais era do que a descrição de competições pelo Poder ou de "feitos d'armas", como se dizia antigamente.

O material histórico, atualmente, já é muito mais consistente, porque, com a visão sociológica da História, já saímos do critério puramente episódico para o critério da interação, do entrosamento, da confluência de fatores diversos. A História Econômica está ocupando, agora, um lugar de relevância na composição da História Geral, sem que seja necessário atribuir-lhe um papel de exclusividade, subestimando outros aspectos igualmente decisivos na evolução sócio-política. As atividades comerciais fazem parte dêste quadro de elementos históricos, ainda mais quando se verifica que, ao lado de outros objetivos, políticos ou religiosos, nunca faltou a grandes empreendimentos marítimos nem a tentativas civilizadoras de expressão mais relevante algum sentido comercial, em paralelo a outros interêsses. Seja como fôr, o comércio sempre estêve presente aos ciclos de evolução da humanidade, muitas vêzes até impulsionando energias criadoras na formação de Estados. Não fôsse o espírito comercial, certos movimentos não teriam tido amplitude nem teriam aberto caminho para a formação de núcleos culturais e políticos, que, mais tarde, iriam tornar-se focos de civilização fecunda.

Bastaria lembrar, em linhas muito gerais, os principais ciclos da economia brasileira: o açúcar, a mineração, o couro, o café, por exemplo. Em todos êsses movimentos, que marcam bem o nosso processo histórico de projeção econômica, houve atividade comercial, que teve a sua parte inevitável nas relações internas e externas. Os empreendimentos comerciais muitas vêzes alargam os horizontes de civilizações e, antes de qualquer iniciativa política, promovem contractos que, depois, saindo da esfera imediata dos interêsses recíprocos, tomam outros sentidos, na esfera artística, diplomática etc. Não se pode, portanto, fazer *tábula rasa* do comércio em qualquer trabalho histórico sôbre as raízes e as transformações gerais de um país. O comércio, com o seu pioneirismo, às vêzes revestindo-se de feições aventureiras e impetuosas, nos mares ou nas grandes caminhadas, também teve fun-

ção desbravadora. Geralmente se vê a atividade comercial por um prisma negativo, como se comércio significasse exclusivamente espírito de ganância, usura e nada mais. É preciso ver, entretanto, que o comércio, em muitos casos, também concorre para a permuta de valôres culturais, adaptando-se, êle próprio, a novos padrões de progresso. Tudo isto, no cômputo geral, deve merecer estudos especiais como ação convergente na conjugação de todos os fatôres responsáveis pelo caráter distintivo de uma civilização.

O VELHO COMÉRCIO DA BAHIA

Com esta visão histórica, podemos muito bem situar a tradição comercial da Bahia entre as componentes mais ativas de sua vida sócio-econômica. O comércio baiano, de preponderância portuguêsa no passado, recebeu outros contingentes estrangeiros — franceses, inglêses, suiços etc. sem falar no espanhol, que teve e ainda tem muita participação no comércio de circulação local. Judeus, árabes e outros grupos étnicos, por sua vez, também desenvolveram atividades características, entrando pelo interior. No alto comércio, entretanto, o chamado comércio *a grosso*, e que fazia exportação em larga escala para outras partes do país e abastecia o interior do Estado, pois a Bahia já foi muito exportadora, o elemento lusitano sempre teve percentagem acentuada.

Um dos mais notórios motivos de apreciação na vida comercial da Bahia, nos velhos tempos em que as malas de amostras andavam pelo sertão em *costas de burro*, era justamente a solidez, a firmeza das grandes firmas. A praça da Bahia gozava de muito respeito, no país inteiro, por causa de sua segurança. É verdade que naqueles tempos não eram freqüentes os *estouros*, os *golpes*, as aventuras comerciais nos centros de mais movimento. Bastaria simples concordata para produzir logo um estado de impacto; uma falência era alguma coisa fora do comum; um caso de cheque sem fundo (!...) seria o maior escândalo na praça. Isto não quer dizer que no comércio antigo não houvesse, como sempre houve em todos os tempos, muito espírito de ganância, muitos *atalhos* para o enriquecimento, mas também é verdade que certas *facilidades* não ocorriam impunemente. As condições sociais e as perspectivas, em parte, eram diferentes. Havia outros padrões de costumes. O rítmo das relações comerciais também era diferente. É indispensável levar em conta as motivações da época para compreender a repercussão de certos fe-

nômenos nos estilos de vida e até na apreciação de valôres subjetivos. Seja como fôr, a praça da Bahia, com os seus grandes estabelecimentos comerciais, sempre foi muito respeitada pela sua estabilidade.

FIRMAS ANTIGAS

A simples enumeração das mais importantes firmas do antigo comércio baiano, sem falar nas organizações Catarino, Wildberger, Costa Ribeiro e outras expressões do alto comércio, daria uma lista muito longa. Queremos fazer referência apenas às casas que mandavam os seus viajantes para o interior, com mostruários de todos os tipos, no tempo em que as estradas eram deficientes e não havia sistema rodoviário. A *cavalhada*, que saía periòdicamente das pastagens, é que resolvia o problema, percorrendo todo o sertão. É um capítulo interessante para a sociologia da vida sertaneja, porque é preciso considerar que a maior parte dos contactos com a Capital era feito através do comércio. À medida que as maiores firmas alargavam o âmbito de seus negócios, aumentando as áreas de sua penetração, também concorriam para melhorar alguns aspectos locais ou regionais. Por intermédio do comércio, que tinha interêsse em levar progresso às zonas de negócios, as administrações municipais às vêzes conseguiam serviços e melhoramentos que dificilmente poderiam ser obtidos pelos "trâmites regulares". Muitos Intendentes (Prefeitos) se empenhavam com viajantes comerciais para que, junto a firmas de maior expressão na praça, fizessem gestões no seio do Govêrno para a solução de certos problemas administrativos: ora, o prolongamento de uma estrada, ora a criação de uma agência telegráfica, uma escola, um pôsto médico etc. As relações comerciais, estendendo-se pelo sertão, facilitavam, até certo ponto, o desenvolvimento de algumas Cidades e vilas, como até mesmo da região.

Sob êste ponto-de-vista, o comércio abria sulcos de progresso por onde passavam os seus viajantes, que eram também chamados de *cometas*. Outros diziam simplesmente "caixeiros-de-cobrança", porque não havia rêde bancária pelo interior e, por isso, os viajantes faziam os recebimentos nas praças visitadas e levavam, de volta, grandes somas para a Capital. Houve muitos casos de assaltos nas estradas, justamente porque os assaltantes já sabiam que os viajantes carregavam dinheiro.

Das firmas que comerciavam com o interior — o sertão e o litoral — , e eram muitas, podemos ainda citar algumas, como simples reminiscência, mas é uma referência incompleta. No ramo de fazendas, por exemplo, *Lindolfo Lelis & Cia. Fiães Almeida & Cia* (Manufatura "Caboclo", se não há engano), *Viana Ramos & Cia., Sales & Cia*, que foi primeiramente *Antônio de Seixas Sales & Filhos, Rodrigues Fernandes & Cia, Luiz Lôbo & Cia, Morais & Cia, Fernandes Mota & Cia, Araújo Castro & Cia, Balalai & Jatobá, Albino Ruas & Cia., C. Neeser & Cia., Rodolfo Martins & Cia., Santana & Cia.*, Citamos apenas firmas que tinham mais entrosamento com o interior, mas certamente há falhas nesta recapitulação. O próprio leitor (se é pessoa daquele tempo) completará a relação, de memória. Em ferragens, tomavam a dianteira duas firmas principais no gênero: *Machado Soares & Cia.* e *Palmeira Beltrão Faria & Cia.* que competiam muito no mercado, mas não eram as únicas que negociavam no sertão, pois havia outras, cujos representantes também percorriam o interior, como *Samuel Varjão & Cia., Eduardo Fernandes & Cia.* e ainda *Westphalen Bach & Cia.* Com esta incompleta e sumária indicação histórica, pretendemos fixar, por fim, a influência dêsse intercâmbio comercial na vida social do sertão.

No ramo de miudezas, as maiores casas eram *Guilherme de Carvalho & Cia., Sousa Teixeira & Cia., Augusto de Carvalho & Cia.*, além de outros estabelecimentos, que representavam menor volume de negócios. Entram depois *Bartilotti & Irmãos, Silveira Almeida & Cia.*, que se denominou antes Silveira & Pereira no ramo de "molhados" e era oriunda de Castro Alves, ao que constava. No comércio de louças, pela sua natureza, não era muito grande a concorrência. Uma das firmas que mais vendiam no sertão era *Ribeiro de Lacerda. Gomes & Rios* era casa de chapéus, no tempo dos chapéus da palhinha e também dos chapéus de feltro com abas largas, muito bons para viagem. *Trocadero*, de Calçados, e assim por diante.

Um dos maiores empórios da Bahia, naquele tempo, era a casa *Tude Irmão & Cia.*, mas de comércio bastante heterogêneo, pois chegava a adotar êste *slogan* em seus anúncios: "A Casa Tude vende tudo". E vendia, realmente, quase tudo. Quando os viajantes abriam as malas de Tude Irmão, com o mostruário de variedades, apareciam artigos de tôdas as espécies: perfumarias, rendas e bordados, doces finos, talheres e mil e uma coisas mais ... O ramo de drogas tinha

um encadeamento de negócios a bem dizer em tôdas as direções, até nas áreas mais distantes, no alto sertão. Bastaria lembrar a grande *Drograria América*, que tinha como rival na concorrência a *Drograria Brasil*. *Raul Schmith & Cia.* também fazia muitas praças sertanejas. *Magalhães Rezende & Cia.* começou com "molhados", conservas etc. e, depois, especializou-se no mercado de drogas. Tinhamos ainda as casas de vinhos, entre elas *Silva Lima & Cia.* a primitiva *Casa Viterbo*, que se transformou em *Fernandes Pereira & Cia.* Algumas das antigas firmas mudaram de nome, outras já se adaptaram a novas organizações, enquanto outras desapareceram com a própria geração de seus fundadores. Convém recordar que, além de Salvador, outras praças da Bahia, naturalmente em escala reduzida, como Cachoeira, S. Felix, Santo Amaro, Feira de Santana, Castro Alves também mantinham comércio de exportação em determinadas faixas do sertão.

CAIXEIROS-VIAJANTES

Êste, na realidade, é um dos temas de nossa história social. Os caixeiros-viajantes formavam, na realidade, uma classe que desfrutava de muita distinção na sociedade sertaneja, tanto pelo prestígio das firmas que representavam, como também pela situação do comércio, que constituía a aristocracia local, nas regiões onde não havia outras classes concorrente na ascendência social. O *viajante* ou *cometa*, em qualquer Cidade onde fazia negócios, tinha entrada livre nos bailes e nas festas familiares, era recebido com especiais amabilidades, o que, em determinados casos, até parecia discriminação ostensiva, perante a pequena classe média da localidade. Tanto participava dos bailes *a rigor*, nos ambientes mais selecionados, como das serenatas, que eram comuns naquele tempo. Muitos dêles, quando demonstravam "pendores literários", eram convidados para tertúlias familiares, com recitativos ao piano e exibições de elegância, muito usuais entre famílias de recursos. E naquele tempo, como se sabe, tudo era à francesa: moda, etiqueta, conversação etc. etc.

Quase sempre a presença do *cometa* era motivo de animação na Cidade, porque promovia festas e, com isto, o comércio ficava mais movimentado. O próprio comerciante, em combinação com o vigário da paróquia, estimulado pelos caixeiros viajantes, organizava festejos de caráter religioso para dar mais *vida à* praça, vencendo a monotonia de sempre. Muitos negociantes habitualmente davam bailes em suas residên-

cias na época em que chegavam os caixeiros-viajantes, como convidados especiais. Tinham, êles, um *status* na sociedade daquele tempo. Daí nasciam também relações familiares, devido aos noivados, que nem sempre demoravam muito. Muitas afeições eram passageiras, mas também muitas delas terminavam em casamentos de viajantes com moças da terra.

Além de tudo, o caixeiro-viajante, geralmente muito solícito, até mesmo por necessidade da profissão, era sempre um intermediário de certas reivindicações. Suas intervenções na solução de problemas locais criava uma atmosfera de consideração e simpatia não apenas do comércio, mas das populações, que passavam a ver no viajante um homem de grande influência. Quando havia, por exemplo, atraso de trens, que eram poucos e deficientes, o comércio apelava para os viajantes, e êles prontamente telegrafavam para Capital, pedindo providências. Se o Intendente da Cidade, por exemplo, não queria conceder certas facilidades ao comércio, os negociantes esperavam a época das grandes vendas, com a chegada dos caixeiros-viajantes, e pediam que êles fôssem, em comissão, e removessem a resistência. Muitas vêzes conseguiam vencer *impasses* .... Tudo isto, afinal, concorria para que a classe de viajantes comerciais recebesse um tratamento diferente na vida social. É uma das tradições de nosso comércio.

Como elemento histórico, e para encerrar esta monografia, queremos dedicar algumas linhas ao sistema de circulação de mercadorias para as praças do sertão baiano. Tudo era difícil e moroso. Havia pontos de desembarque, onde os tropeiros vinham receber as cargas destinadas aos comerciantes. Grande parte desembarcava em Cachoeira e, dali, em transporte animal, seguia para o sertão. O consignatário recebia as mercadorias em Cachoeira e fazia os despachos para as diversas praças. Em Sitio Novo, ramal de Machado Portela, em direção às Lavras Diamantinas, havia outro ponto de consignação. Depois da Estrada de Ferro, uma vez posta a mercadoria nos armazéns de consignação o único meio de transporte era a *tropa de burros*, que levava dias e dias para chegar a destino. Cada fardo de fazenda ou caixão de encomendas levava apenas as iniciais do negociante e o nome da praça. Telégrafo, muito precário, porque nem tôdas as localidades tinham agência telegráfica. Correio, igualmente difícil e vagaroso, porque havia apenas uma ou duas *malas* por semana e, assim mesmo, carregadas em *burros* por um estafeta, que viajava necessàriamente armado de pistola ou rifle. Quando

chegava as *notícias frescas* (?...) com seis a oito dias de atraso, as pessoas mais categorizadas — o Intendente, o Juiz, o Vigário, o Professor da Escola Primária — todo mundo, afinal, queria logo saber das *novidades*. Raro era o negociante que não assinava o velho "Diário da Bahia", "A Tarde" ou o "Diário de Notícias". Outros jornais, de menos popularidade, como "O Imparcial", "O Democrata", "A Imprensa", por exemplo, também apareciam por lá, mas quase esporàdicamente. Excepcionalmente, algumas pessoas assinavam também jornais do Rio, por interêsse político. Fato raríssimo. O correio, entretanto levava muita revista do Rio. A mais importante, que só aparecia em casas de pessoas bem situadas na vida, era a *Bahia Ilustrada*. Sem favor, era uma das mais autênticas expressões de inteligência e cultura. Feita no Rio, por intelectuais baianos, era uma revista inteiramente da Bahia. *O Malho* era de leitura corrente, em quase tôdas as mesas. Gregos e troianos liam *O Malho*, por causa das charges, das caricaturas, das sátiras políticas. *Eu Sei Tudo*, *Para Todos* e outras revistas cariocas também apareciam no sertão, e tinham público certo. Outra publicação, que também gozava de muita preferência era o *Almanaque de Lembranças Luso-Brasileiro*. Com estas breves notas do passado, estamos apenas evocando o horizonte de uma época e de seu meio social no sertão.

Dentro dêsse ambiente, podemos avaliar o que foi a ação do comércio, com os seus caixeiros-viajantes, enfrentando tôdas as dificuldades, mas levando também certos impulsos renovadores, rasgando veredas para progresso econômico e social. A maioria dos negociantes comprava por intermédio dos viajantes comerciais; outros, no entanto, deixavam certa época do ano para *fazer sortimento* na Capital. Sòmente os negociantes mais fortes podiam ir, periòdicamente, a Salvador a fim de acertar os negócios com os fornecedores. A maioria tratava com os viajantes, comprava e pagava, sem sair de sua Cidade, porque a viagem era realmente incomodativa: dois ou três dias a cavalo até chegar ao ponto de estrada de ferro; um dia de trem até chegar a Cachoeira; depois, uma viagem pelo *vapor*, de Cachoeira a Salvador. Era assim a vida comercial daquele tempo, no sertão.

Fazia gôsto ver o estilo das relações dos viajantes comerciais quando entravam nas Cidades. Havia um período de *invernada*, com intervalo de alguns meses, com renovação de mostruários etc. Na época própria, os caixeiros-viajantes re-

cebiam as cavalhadas, preparavam as bagagens e partiam para o sertão. Muitas vêzes, como que para dar um aspecto mais impressionante, êles combinavam e chegavam, de uma vez, três, quatro ou seis viajantes. Não entravam logo. As cavalhadas vinham na frente, fazendo o barulho habitual, chamando a atenção geral e, depois de alguns minutos, vinham êles, em fila, como se fôsse um desfile militar: chapéo grande, lenço ao pescoço, botas, esporas, montando mulas bem cuidadas, atravessando a praça principal ou as ruas mais centrais. Era um festa ... Iam para a *república*. Não havia hotéis para isto. Em tôda Cidade ou vila, havia uma "república" para os viajantes. A bagagem trazia um *arrieiro* e um cozinheiro.

Depois de posta a bagagem em seus lugares, os viajantes comerciais, com algum *tic* de sociabilidade, vestindo-se muito bem, saiam para o primeiro contacto com a freguesia; era apenas uma visita de cortezia, com algumas conversas informais sôbre novidades do país, negócios etc., sem faltar, é claro, alguma coisa de política, embora com os devidos cuidados para não ferir suscetibilidades. A primeira visita aos freguêses fazia parte da etiqueta comercial. No dia seguinte, então, ou no mesmo dia, se houvesse tempo, começavam os negócios, com as malas de amostras nas próprias casas comerciais. Os pedidos eram anotados, ali mesmo, no balcão, à vista do público. As mercadorias demoravam um pouco, devido aos meios de transporte, que eram primários.

Os viajantes-comerciais também eram introdutores de modas, pois muitos dêles serviam de figurino nas roupas e nos sapatos. Êste é um dos aspectos da influência social dos viajantes. Se havia alguns, que não se recomendavam bem, por causa da displicência no modo de vestir e de lidar com a freguesia, a maioria da classe primava, como se diz, pelo apuro pessoal. Estavam em moda os paletós *almofadinha* e os sapatos *pé-de-anjo* com o chapéo *Tom Mix*, que dava certa "pôse" ao traje, especialmente nos elementos de boa altura.

Vê-se, finalmente, que a integração do caixeiro-viajante na vida local, levando consigo, para o sertão, alguns traços de cultura, influindo nos costumes e na substituição de velhos estilos, é também assunto de interêsse para a nossa História Social. É uma das manifestações da antiga rêde comercial da Bahia. Não seria possível colocar em ponto de relêvo outros elementos da História da Bahia sem tomar em consideração as suas tradições comerciais.